

Resumen del artículo

“Consuma más azúcar”. Nutrición, industrias caseras y publicidad en el *Almanaque Dulce*, 1937-1960

“Consuma más azúcar”. Nutrition, Homemade Industries, and Advertising in *Almanaque Dulce*, 1937-1960

Milagros Cruz Guerrero

Centro Universitario de Tonalá, Universidad de Guadalajara, México

milagros.cruz@cutonala.udg.mx

 <https://orcid.org/0009-0009-0440-5930>

Doctora en Historia por El Colegio de Michoacán

Erika Alejandra Rodríguez Hernández

Centro Universitario de Tonalá, Universidad de Guadalajara, México

erika.rodriguez5735@alumnos.udg.mx

 <https://orcid.org/0009-0001-3558-3395>

Doctorante en Investigación Multidisciplinaria en Salud en el Centro Universitario de Tonalá de la Universidad de Guadalajara

Recibido: 22 de octubre de 2024

Aprobado: 17 de enero de 2025

Resumen

El *Almanaque Dulce* fue una publicación anual editada entre 1934 y 1960 por la Unión Nacional de Productores de Azúcar (UNPASA) para incentivar el consumo de azúcar en México. Este artículo analiza cómo la revista promovió discursos nutricionales que legitimaron su consumo masivo al presentarlo como esencial en la alimentación diaria. A través de recetas, consejos de economía doméstica y estrategias publicitarias se reforzó su vínculo con valores tradicionales del hogar y la feminidad. Mediante un enfoque histórico y nutricional, el estudio examina ejemplares del *Almanaque Dulce* de entre 1937 y 1959, junto con recetarios y manuales de economía doméstica, contrastándolos con estudios actuales sobre



Palabras clave:

consumo, discurso alimentario,
economía doméstica, género,
historia de la alimentación,
industria azucarera, nutrición,
publicidad.

alimentación y salud. Se identifica cómo la revista influyó en la percepción del azúcar, asociándolo con bienestar y nutrición, mientras insertaba su consumo en la economía doméstica y la alimentación infantil. Se concluye que el *Almanaque Dulce* contribuyó a la normalización del azúcar en la dieta mexicana y que su discurso estuvo alineado con intereses industriales y políticos que favorecieron a la industria azucarera en el siglo xx.

Abstract

Almanaque Dulce was an annual publication issued between 1934 and 1960 by the Unión Nacional de Productores de Azúcar (UNPASA) to promote sugar consumption in Mexico. This article examines how the magazine legitimized mass sugar consumption through nutritional discourses that framed it as an essential component of daily nutrition. Through recipes, domestic economy advice, and advertising strategies, the magazine reinforced traditional household and femininity values. Using a historical and nutritional approach, we analyze *Almanaque Dulce* issues from 1937 to 1959 alongside cookbooks and domestic economy manuals, contrasting them with contemporary research on food and public health. The findings reveal how the magazine shaped sugar perception, associating it with well-being and nutrition while integrating its consumption into domestic economy practices and children's diets. We conclude that *Almanaque Dulce* contributed to the normalization of sugar in the Mexican diet and that its discourse aligned with industrial and political interests that benefited the sugar industry throughout the 20th Century.

Keywords:

consumption, dietary
discourse, food history, gender,
domestic economy, nutrition,
sugar industry, advertising.

Milagros Cruz Guerrero
Centro Universitario de Tonalá, Universidad de Guadalajara, México

Erika Alejandra Rodríguez Hernández
Centro Universitario de Tonalá, Universidad de Guadalajara, México

Introducción

Este artículo examina algunas publicaciones del *Almanaque Dulce* de 1937, 1940, 1941, 1944, 1950, 1951 y 1959. Estas publicaciones fueron localizadas en lugares como la Colección Documental María Guadalupe Urzúa Flores, acervo que es el archivo personal de la primera diputada federal por Jalisco y que se encuentra en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social Occidente. Otros fueron prestados por la Dra. María Teresa Fernández Aceves y unos más por la Dra. Celina Becerra, ya que pertenecieron a su madre en vida, la señora María Guadalupe Jiménez. A ellas les agradezco de manera invaluable el apoyo para acceder a estos textos históricos.

Uno de los aportes de este artículo es privilegiar los recetarios de cocina como fuentes históricas que no necesariamente se encuentran en archivos institucionales, sino que formaron parte de la memoria doméstica de las mujeres, quienes por varias razones resguardaron estos libros que conforman lo que defino como *literatura doméstica*. Al igual que varios manuales de economía doméstica y recetarios de cocina, los almanaques configuraron en su universo literario consejos para las amas de casa, alimentación de la familia, recetas y temas de economía doméstica para las señoritas. Sin embargo, cabe preguntarnos si la economía doméstica se enseñaba solamente con el fin de educar a mujeres para las labores del hogar.

Los *Almanaque Dulce* fueron publicaciones anuales que respondieron a contextos económicos y políticos muy específicos, pero que quizá por el contenido que promovieron se quedaron al margen de la historia. Dado los temas que tocaron, este artículo está desarrollado desde la perspectiva histórica

y la nutricional. Esto nos permitió abordar desde la interdisciplinariedad cómo y por qué el azúcar se posicionó como un endulzante de uso cotidiano, sin medir a largo plazo las consecuencias de su consumo en la salud de las y los mexicanos.

Discurso y enfoques de nutrición en el *Almanaque Dulce*

El *Almanaque Dulce* se editó por la Unión Nacional de Productores Nacionales del Azúcar s. A. de C. V. (UNPASA) para dar a conocer lo que se consideraban los beneficios del azúcar y aumentar su consumo. La UNPASA tiene su origen durante el gobierno de Pascual Ortiz Rubio (1930-1932), cuando la crisis mundial dejó sentir sus efectos en las exportaciones de la industria azucarera. La producción (243 mil toneladas) era más alta que el consumo nacional (188 mil toneladas),”¹ así que por “intervención gubernamental”, la UNPASA se creó para

coordinar los esfuerzos para el desarrollo y crecimiento de la industria azucarera; comprar toda la azúcar producida dentro del territorio nacional a un precio de liquidación para su posterior comercialización interna y externa, y almacenar los excedentes de la zafra (absorbiendo todos los costos) para garantizar el abasto nacional a lo largo del año.²

En ese contexto, el *Almanaque Dulce* fue un instrumento para promover el consumo del azúcar motivando al público femenino a elaborar diversos postres o preparaciones de cocina cargados de este endulzante. Esto conllevó a una propaganda desde el punto de vista nutricional y económico para posicionar el azúcar sobre otros ingredientes como la miel y el piloncillo.

Esta “revista-recetario”³ era una publicación de 22 cm de largo por 17 de ancho, y de aproximadamente cien páginas. Era de circulación nacional. En el siglo XIX, los almanaques eran publicaciones anuales que contenían el calendario del año, el santoral, las fases de la luna, las fiestas religiosas y cívicas, los eventos astronómicos, los días de luna llena y los eclipses. Estos

1 Rafael Villa Corona, “La industria azucarera y la UNPASA”, *Revista de Comercio Exterior* (1957): 368.

2 Cámara de Diputados, *La agroindustria azucarera en México* (Centro de Estudios de Finanzas Públicas: México, 2001).

3 José Luis Juárez López, *Nacionalismo culinario. La cocina mexicana en el siglo XX* (México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2008), 129.

recursos literarios tenían diferentes contenidos, y algunos estaban dirigidos a las mujeres; por ejemplo, el *Almanaque para Señoritas* contenía, además de lo ya mencionado, poemas, composiciones musicales y en algunos casos, recetas. Los almanaques fueron de los primeros recursos literarios que varias empresas editoriales imprimieron con el fin de acercar las letras a la población femenina.

En el caso del *Almanaque Dulce* y debido a su origen, su contenido estaba enfocado a dar información sobre de la producción azucarera en el país y las ganancias que se generaban cada año. En las introducciones de los *Almanaque* se observa el propósito de cada publicación, acompañada de varios consejos para las amas de casa. Muchos de éstos no tienen un/a autor/a, así que pudieron ser escritos bajo la visión masculina de la UNPASA, ya que en dichos consejos se vislumbra una necesidad constante de educar a las mujeres para las labores dentro de la casa y del cuidado de la familia.

Fue tal el impulso para posicionar el azúcar como aporte nutricional que las recomendaciones a las amas de casa pretendían limitar los alimentos de los niños al postre:

En estos tiempos ninguna persona que no sea una completa ignorante castiga sin postre al niño que no quiere comer alimentos salados. Por el contrario, le servirá doble cantidad de postre para sustituir los platos que rechazó, porque su organismo demanda azúcar.⁴

La UNPASA argumentaba que el azúcar, “por su bajo precio y alto valor alimenticio, es quizás el alimento más barato en la economía doméstica”.⁵ Por medio del discurso el azúcar fue descrito como alimento de gran valor nutricional y económico, y para nada era considerado como perjudicial para la salud.

Para justificar su alto consumo, en 1940 y 1941, la UNPASA se amparó en la aprobación del Departamento de Salubridad Pública,⁶ debido a que aún no se había fundado el Instituto Nacional de Nutrición (INN). Fue hasta 1943 cuando entró en funciones. De acuerdo con Joel Vargas Domínguez, el INN tenía un

4 *Almanaque Dulce* (México: Unión Nacional de Productores de Azúcar, s. A. de C. V., 1941): 6.

5 *Almanaque Dulce* (México: Unión Nacional de Productores de Azúcar, s. A. de C. V., 1940): 3.

6 *Almanaque Dulce* (1940): 48-49.

- 7 Joel Vargas Domínguez, “De la historia de los alimentos a la historia de la nutrición: reflexiones sobre América Latina en la primera mitad del siglo xx”, *Perfiles Económicos* 6 (2018): 160, <https://doi.org/10.22370/rpe.2018.6.1392>.
- 8 Sandra Aguilar Rodríguez, “Raza y alimentación en el México del siglo xx”, *Interdisciplina* 7, núm. 19 (septiembre-diciembre 2019), <http://dx.doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2019.19.70290>.
- 9 Vargas Domínguez, “De la historia”: 158.
- 10 *Almanaque Dulce* (1941): 48-49.

enfoque denominado *nutrición social*. Esa perspectiva, ampliamente estudiada por el doctor José Quintín Olascoaga, estaba encaminada a explicar “la mala alimentación como un problema socioeconómico, no racial ni biológico. La alimentación de los mexicanos era mala porque no tenían para comer”.⁷ Sin embargo, estas ideas eugenésicas tuvieron un eco profundo durante el siglo xx, y a través de varios discursos se intentó mejorar la alimentación del mexicano.⁸ A través de esa explicación se pretendía entender la supuesta baja productividad de los campesinos y obreros en sus jornadas de trabajo.

En las diversas publicaciones del *Almanaque Dulce* se promovió el consumo de la azúcar refinada en la dieta de las personas mediante distintas preparaciones como postres y bebidas. Sin embargo, no se enfatizaba en incluir los diferentes grupos de alimentos en los platillos o preparaciones, así como promover una alimentación saludable. Por ejemplo, se menciona que un trabajador necesitaba 3,500 calorías para realizar sus actividades⁹ y que un kilo de azúcar proporcionaba 4,000 calorías.¹⁰ Asimismo, se compara la equivalencia de un kilo de azúcar con otros alimentos: un kilogramo de ese endulzante representaba lo mismo que 60 huevos; 1,800 kg de carne; 1,400 kg de tortilla; 1,200 kg de frijol, o 1,200 kg de queso.

De esta manera, se visualiza cómo la publicidad intervino en la idea o percepción de una correcta alimentación al contrastar la equivalencia de calorías presentes en los alimentos. Por tanto, a través de los años se han creado distintas teorías de lo que es una adecuada alimentación y su relación con la nutrición. Un ejemplo es el *Almanaque Dulce*, el cual diseñó su propia postura con base en la percepción o conveniencia de la UNPASA, cuyo propósito era incrementar el consumo de azúcar en la vida cotidiana, por medio de recetas de fácil preparación, además de ser atractivas para los infantes y las amas de casa. Hoy en día se sabe que cada persona necesita ciertas kilocalorías para realizar las actividades diarias. También es necesario llevar a cabo una dieta equilibrada en la cual se integren los tres macronutrientes: las proteínas, las grasas saludables y los carbohidratos. Cada uno cumple con funciones específicas en el cuerpo humano, lo que permite obtener los nutrientes y la energía necesaria y, en consecuencia, una óptima salud.

Después de la creación del INN y, sobre todo, durante el siglo XXI, se han hecho distintos estudios y descubrimientos sobre la composición de los alimentos, así como la incorporación de programas sociales y políticas alimentarias.¹¹ Además, se han identificado los diferentes grupos de alimentos: “las frutas y verduras, los granos y cereales, las leguminosas, los alimentos de origen animal, los aceites y grasas saludables”. Estos alimentos conforman los tres macronutrientes y se integran en los planes de alimentación y en las recomendaciones nutricionales, particularmente por nutriólogos y nutricionistas por su gran aporte energético y nutricional.¹² A continuación, se realiza una breve descripción de cada uno de los macronutrientes, con el propósito de contextualizar la visión actual de la nutrición y contrastar con la versión que propuso la UNPASA en los ejemplares del *Almanaque Dulce*.

En la actualidad se conoce que las proteínas provienen de los alimentos de origen animal y vegetal, por ejemplo, las carnes, el huevo, las legumbres, los lácteos, entre otros. Estos alimentos son necesarios para construir y mantener los tejidos de los músculos.¹³ En el caso de las grasas saludables, las fuentes primarias son los aceites, la mantequilla y las oleaginosas. Entre sus principales funciones está la síntesis de algunas vitaminas y hormonas.¹⁴ Por último, necesitamos de carbohidratos, que se dividen en dos categorías: simples y complejos, dependiendo de su estructura química. Los carbohidratos simples provienen del azúcar de mesa, el jarabe de maíz, productos empaquetados, como panes y dulces, entre otros.

El azúcar se caracteriza por ser de rápida absorción en el cuerpo y es el principal ingrediente que utiliza la industria alimentaria para la elaboración de productos procesados, lo que trae como consecuencia un aumento drástico de glucosa en la sangre cuando se consume en exceso, entre otras complicaciones en la salud.¹⁵ En contraste, las fuentes alimentarias de los carbohidratos complejos son las frutas enteras, los cereales, por ejemplo, el maíz, la papa, el arroz y la avena, cuyas características son el aporte de fibra, además de que son una excelente fuente de energía.¹⁶

Desde el contexto alimentario no solo es necesario considerar las calorías presentes en los alimentos; también es importante valorar aspectos como

- 11 Simón Barquera, Juan Rivera-Dommanaco y Alejandra Gasca García, “Políticas y programas de alimentación y nutrición en México”, *Salud Pública de México* 43, núm. 5 (septiembre-octubre 2001).
- 12 Secretaría de Salud, *Guías alimentarias 2023 para la población mexicana* (Ciudad de México: Gobierno de México, 2023), 82.
- 13 Judith E Brown (Ed.), “Aspectos básicos de la nutrición”, en *Nutrition en las diferentes etapas de la vida* (Ciudad de México: Mc Graw Hill, 2011), 6.
- 14 Brown, “Aspectos básicos”, 8.
- 15 Michelle Jiménez León y Roberto Ordoñez Araque, “Consumo de azúcares libres y sus efectos negativos en la salud”, *Qualitas. Revista Científica* 22, núm. 22 (julio-diciembre de 2021), <https://doi.org/10.55867/qual22.06>.
- 16 Brown, “Aspectos básicos”, 5.

la calidad, el precio y la variedad de éstos, acorde con el requerimiento energético de cada persona y las actividades diarias que realiza. Cada uno de los nutrientes nos aportan vitaminas y minerales necesarios para las actividades diarias y son esenciales para un adecuado estado de salud.

De la misma manera, la calidad de vida de las personas gira en torno a una adecuada alimentación. Asimismo, la modificación y permanencia de los comportamientos alimentarios y los estilos de vida juegan un papel fundamental en el desempeño de las actividades diarias. Es relevante mencionar que el ingreso económico o el nivel socioeconómico son un factor determinante en el acceso y consumo de los alimentos, no sin antes decir que los aspectos socioculturales, las elecciones alimentarias y la disponibilidad de los alimentos son parte fundamental en la alimentación de las personas.¹⁷

Si bien la UNPASA creó el discurso de que el azúcar era considerado de alto valor nutricional y accesible para la economía familiar, no se vislumbró que su consumo excesivo ocasionaría daños en la salud de las personas. Por lo tanto, la UNPASA se benefició económicamente, sin considerar que el contexto de la salud pública se vería afectado por una inadecuada alimentación sometida a una publicidad engañosa y que trajo como consecuencia un aumento en los gastos de salud.

Del mismo modo, el discurso del *Almanaque Dulce* –resumido en la frase: “Consuma más azúcar”– entró en contradicción con varios postulados de economía doméstica y de cocina que asomaban el interés por la alimentación infantil a principios del siglo xx. Un ejemplo de esta postura fue el profesor de cocina español, Alejandro Pardo Landa, quien recomendaba “economizar el empleo de la sal y más aún del azúcar, origen de tantas perturbaciones en los niños a causa de elaborar venenos en la fermentación”.¹⁸ Si bien Pardo Landa no era médico, sus recomendaciones iban de acuerdo con la buena digestión de los infantes.

En el libro *Appleton*, escrito por médicos, higienistas y una profesora de economía doméstica, las recomendaciones en torno al infante giraron de acuerdo con la “buena crianza” y el “buen comer”, todo esto basado en los principios eugenésicos del filósofo Herbert Spencer. Spencer fue citado en

17 Miriam Beltrán Vilá, “Acercamiento antropológico de la alimentación y salud en México”, *Revista de Saúde Coletiva* 20, núm. 2 (2010), <https://doi.org/10.1590/S0103-73312010000200004>.

18 Alejandro Pardo Landa, *El Verdadero Práctico* (México: Imprenta Juan Pueyo, 1922), 579.

el Appleton para argumentar que “debería enseñarse á las jóvenes el arte de cuidar bien á una criatura, aunque nunca lleguen á pesar sobre ella las graves responsabilidades que trae consigo la maternidad”.¹⁹ Con esto, se desplegó una serie de consejos para la alimentación de los niños y niñas, como por ejemplo, dar “la leche de una vaca joven mezclada con una tercera parte de agua y endulzada con un poco de azúcar, debe ser el único alimento que se dé á un niño hasta que los dientes empiecen a salir”.²⁰ Con respecto a los postres mencionan: “Se le darán de vez en cuando natillas ó frutas maduras, ó manzanas asadas, todo lo cual, tomado con moderación, no hará daño, especialmente si el niño es fuerte y goza de buena salud”.²¹

En su libro, *La mujer en el hogar*, Dolores Correa Zapata no explicó propiamente la alimentación en el niño, pero se limitó a advertir que “el azúcar, el alcohol y las grasas, no convienen igualmente a todas las edades, ni en todos los climas”.²² Correa también se basó en los principios filosóficos de Spencer para argumentar su postura acerca de la educación y la buena crianza de los niños.²³

Por su parte, Ana María Hernández —profesora queretana, inspectora del trabajo, de la educación y trabajadora social, quien úblico varios recetarios de cocina producto de su experiencia personal y laboral con el fin de mejorar las condiciones sociales, morales y económicas de las mujeres campesinas y obreras— recomendaba el uso del azúcar en una manzana cocida o una yema, o bien, la leche diluida en agua o los atoles para los infantes de dos años. Para ella, debía cuidarse la alimentación de los niños: “Siempre estarán sanos y te evitarás molestias y sufrimientos”.²⁴

En los años treinta, hubo otro tipo de publicaciones de cuidado de la infancia enfocados a disminuir la mortandad infantil basándose en la alimentación. El libro que la esposa del presidente Abelardo L. Rodríguez, Aída S. de Rodríguez, obsequió en su nombre fue escrito por médicos. En el contenido abogó por la sana alimentación del infante desde el momento en que nace hasta que tiene su dentadura completa. En relación con los postres, se menciona que son preferibles “las compotas de fruta, bien preparadas, [pues] pueden también ser administradas a los niños”.²⁵

19 Florencia Atkinson et al., *Economía e Higiene Doméstica de Appleton*, 6ª ed. (Chicago-Nueva York-Londres: D. Appleton y Compañía, 1912), 191-211.

20 Atkinson et al., *Economía*, 195.

21 Atkinson et al., *Economía*, 196.

22 Dolores Correa Zapata, *La mujer en el hogar*, 6ª ed. (México: Librería de la Viuda de Ch. Bouret, 1919), 119.

23 Dolores Correa Zapata, *La mujer en el hogar*, vol. 2 (México: A. Carranza y comp., impresores, 1906), 273.

24 Ana María Hernández, *Cómo mejorar la alimentación del obrero y campesino. El libro social y familiar para la mujer obrera y campesina*, 4ª ed. (México: A. del Bosque Impresor, 1935), 65.

25 Manuel Martínez Báez et al., *Libro para la madre mexicana sugerido por la señora Aída S. de Rodríguez* (México: Turanzas del Valle, 1933), 96.

Tomando en cuenta lo anterior, se observa que a través de los años se han modificado las recomendaciones nutricionales de los infantes, así como las creencias relacionadas con la alimentación de acuerdo con la percepción de las personas, la cultura alimentaria, la publicidad y el contexto social. Hoy en día, existe una diversidad de opciones que permiten alimentar a los infantes de la mejor manera posible y que han sido supervisadas por especialistas del área de la salud.

Por ejemplo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda alimentar al recién nacido con lactancia materna exclusiva, particularmente los primeros seis meses de vida y continuar hasta los dos años con el apoyo de la alimentación complementaria,²⁶ la cual consiste en incluir de manera gradual los alimentos tanto líquidos como sólidos, según la edad del recién nacido. En lo que corresponde a la incorporación del azúcar de mesa, no se considera una prioridad en la alimentación. El dulzor de los alimentos debe provenir de los mismos.²⁷

En ese tenor, la OMS indica reducir el consumo de azúcar a lo largo de la vida de un ser humano, es decir, consumir 10 % de las calorías totales para después disminuir hasta 5 %, según el requerimiento energético de cada persona. Por tanto, un elevado consumo de azúcar y una inadecuada alimentación pueden ocasionar daños en la salud como diabetes, cambios en la composición corporal (desnutrición, sobrepeso y obesidad), alergias alimentarias e intolerancia a ciertos alimentos, además de caries dental, entre otras enfermedades.²⁸ Desde los distintos enfoques se percibe que los infantes deben consumir poca azúcar y sólo en ciertos momentos de la niñez.

El *Almanaque Dulce* respondió a una agenda política y económica que desvirtuaba los consejos de mujeres y médicos en torno a la ingesta del azúcar en niños. Su publicación duró casi 40 años, durante los cuales trató infinidad de temas relacionados con la administración del hogar, como veremos a continuación.

“Crear y producir es símbolo de libertad”: de la producción en casa al consumo

En esa lógica de vender más azúcar, el contenido de los *Almanaques* estaba dispuesto a compartir información a manera de consejos para la mujer, el hogar,

26 “Lactancia materna y alimentación complementaria” Organización Panamericana de la Salud, s. f. <https://www.paho.org/es/temas/lactancia-materna-alimentacion-complementaria> (consultada 25 de junio de 2024).

27 Secretaría de Gobernación, “Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación”, *Diario Oficial de la Federación*, 22 de enero de 2012.

28 Organización Mundial de la Salud, *Directriz: Ingesta de azúcares para adultos y niños* (Ginebra: Organización Mundial de la Salud, 2015).

la cocina, el cuidado de la familia, la educación de los hijos, puericultura, entre otros. Los niños y las niñas de casa tomaron particular relevancia en el discurso de este recetario porque ellos eran el público que disfrutaría de los beneficios del azúcar en sus diversas presentaciones. Así, se observa el desequilibrio nutrimental en los recetarios de cocina. Entre los ingredientes que predominan son el huevo, la harina, la leche, las frutas, y el azúcar como ingrediente principal. El aporte nutrimental es bajo por el exceso de azúcar que se introduce en las recetas, que van desde los 100 hasta los 750 gr de azúcar, sobrepasando la recomendación diaria, en especial en la etapa infantil.

El eje de estos *Almanaque* giró hacia la difusión de recetas que se elaboraban principalmente con altos contenidos de este endulzante. De las más socorridas fueron las conservas. Estas preparaciones se realizaban con el fin de procesar frutas en almíbar a largo plazo a modo de jaleas, al igual que las mermeladas. Si bien se promueve el consumo de las frutas de temporada mediante estas preparaciones, su contenido de azúcar es elevado. Hoy en día se conoce que las frutas son una excelente fuente de vitaminas y minerales, incluso, de fibra. Sin embargo, la publicidad que estaba presente en los recetarios proporcionaba una idea errónea del aporte nutricional al incluir un alto contenido de este endulzante en las recetas.

En la edición de 1940 se mencionó que “las amas de casa en México no suelen conceder la importancia que en otros países se concede a la conservación de frutas en almíbar y a la preparación de jaleas y mermeladas”.²⁹ Los redactores del *Almanaque* utilizaron esa justificación para suponer que las mujeres no realizaban conservas en casa; por lo tanto, las recetas se ajustaron a la fabricación de conservas y jaleas. Así, mucho de su contenido (e incluso portadas) giró en torno a estas preparaciones caseras, aunque se repitieran año tras año.

La preparación de las conservas era una enseñanza femenina en los cursos de economía doméstica en las escuelas, en los cuales “se enseñaba cocina, panadería y repostería durante los seis años de primaria y se adiestraba en la tarea de embotellar salsas y chiles en escabeche”.³⁰ En ese sentido, la propuesta del *Almanaque*, así como de otros recetarios de esa década, era preparar conservas, jaleas y mermeladas bajo el concepto de industrias caseras con el

²⁹ *Almanaque Dulce* (1940), 4.

³⁰ Juárez López, *Nacionalismo culinario*, 129.

propósito de generar ingresos extra sin descuidar la atención a la familia. De ahí que el *Almanaque* fuera ampliamente explícito en sus consejos para fabricarlas, desde el lavado meticuloso de los frascos de vidrio, las tapaderas hasta el envasado y cerrado hermético. Todo ese procedimiento estaba descrito en la edición de 1940.³¹ En las detalladas explicaciones se enfatizó sobre la higiene al manipular los envases de vidrio y al esterilizar cada recipiente. Incluso, se menciona que los frascos que hayan sido reutilizados deben hervirse “tres veces hasta que queden bien limpios”.³² Había todo un contexto de higiene alrededor de los consejos. Todo eso se redondeaba con los anuncios de “abarrotes”, donde vendían azúcar y otros cereales, o de Vidriera Monterrey, que se dedicaba a la venta de frascos para almacenar conservas.³³ De acuerdo con José Luis Juárez, el envasado de los frascos de vidrio resultó ser un triunfo en los procesos de conservación de los alimentos, lo que dio la posibilidad de almacenar y comercializar en grandes cantidades conservas y demás.³⁴ Por tanto, no era fortuito que en el *Almanaque* se publicaran una infinidad de consejos sobre cómo envasar correctamente.

El *Almanaque* se convirtió en una especie de manual doméstico para las amas de casa. Su contenido se adaptaba a los sucesos nacionales e internacionales. La edición de 1944 reflejó la preocupación por la incertidumbre de la Segunda Guerra Mundial. En 1944, el *Almanaque Dulce* cumplió diez años de publicación, y sin dejar de mencionar su objetivo, en la introducción dice:

Nuestro Almanaque es de una utilidad inapreciable, puesto que las amas de casa –que sabemos los coleccionan–, han formado con ellos una magnífica enciclopedia de repostería, en la que encontrarán siempre la fórmula adecuada para satisfacer los gustos familiares a base de la mayor economía.³⁵

Para la UNPASA, el *Almanaque* había sido un éxito ya que había permitido “aumentar considerablemente el empleo del azúcar”, aunque para 1944 la producción pedía mayor volumen para satisfacer “las demandas de la guerra”.³⁶ En ese contexto, el *Almanaque* apeló a la sensatez de las mujeres más preparadas en asuntos domésticos, quienes “de acuerdo con sus

31 *Almanaque Dulce* (1940), 76-79.

32 *Almanaque Dulce* (1941).

33 *Almanaque Dulce* (1940): 23, 65, 79 y 80.

34 Juárez López, *Nacionalismo*, 129.

35 *Almanaque Dulce* (México: Unión Nacional de Productores de Azúcar, s. A. de C. v., 1944): 1.

36 *Almanaque Dulce* (1944).

posibilidades económicas, no olvidarán las grandes cualidades del azúcar como alimento indispensable del organismo por sus excelentes condiciones nutritivas y de fácil asimilación”.³⁷

Por otro lado, en el *Almanaque* se hizo eco del nacionalismo posrevolucionario. Fue precisamente en la edición de 1944 cuando acontecimientos nacionales y héroes independentistas o revolucionarios fueron tomados en cuenta para fomentar la llamada “Unidad Nacional”, el lema del gobierno avilacamachista. El 16 de septiembre y el 20 de noviembre fueron mencionados como Fiesta Nacional; las fechas de nacimiento y muerte de personajes como Francisco I. Madero, Pino Suárez y Álvaro Obregón fueron impresos en la sección “Fechas memorables”.³⁸ Así, se difundió una agenda nacional con base en el nacionalismo propio del régimen de Ávila Camacho; incluso, fue tomado en cuenta el 12 de septiembre de 1941 como una fecha memorable porque Manuel Ávila “fue declara[do] electo Presidente de México”.³⁹ Antes de ese año, sólo estaban impresas las fiestas religiosas y el santoral.

En la edición de 1944 ya no había recetas sobre la preparación de conservas, solamente mermeladas. Esto tiene que ver con la publicación de anuncios comerciales de Clemente Jacques, que eran anunciados como “[f]abricantes de conservas de calidad desde 1887”.⁴⁰ Sin embargo, los comerciales de Vidriera Monterrey sí continuaron publicándose en esta edición.⁴¹ Se advertía, entonces, que la producción de conservas en casa y otras mercancías podían conseguirse fuera del hogar, en las ciudades.

Fue hasta 1959 cuando el *Almanaque Dulce* comenzó a introducir la definición del azúcar como se muestra a continuación: “Una sustancia indispensable, un alimento preponderante energético, que proporciona cuatro calorías por cada gramo que se ingiere”. El objetivo era informar a la población que el azúcar era un nutriente saludable con beneficios a la salud, además de ser un “regulador del apetito”, necesario para las necesidades fisiológicas del ser humano y que, a su vez, generaba felicidad.⁴²

El azúcar es parte de los carbohidratos y tiene un aporte de 4 kcal por gramo, como se mencionaba en el *Almanaque*. No obstante, se creó una idea

³⁷ *Almanaque Dulce* (1944).

³⁸ *Almanaque Dulce* (1944): 7.

³⁹ *Almanaque Dulce* (1944): 87.

⁴⁰ *Almanaque Dulce* (1944): 25.

⁴¹ *Almanaque Dulce* (1944): 27.

⁴² *Almanaque Dulce* (México: Unión Nacional de Productores de Azúcar, s. a. de c. v., 1959): 6.

distorsionada sobre los beneficios que generaba el consumo excesivo de azúcar, con la finalidad de promover su venta en las distintas zonas del país.

Entre los vaivenes de la publicidad y el consumo

La publicidad tuvo un papel importante en la década de 1930 y sobre todo a lo largo de la década de 1940, ya que sugería, de un modo sutil, la posibilidad de abandonar ciertas prácticas que las mujeres habían aprendido en casa y en la escuela. En la edición de 1944 del *Almanaque* hay comerciales de cosméticos, aceite, gas, estufas, refrigeradores, jabón para limpiar los nuevos aparatos de línea blanca o muebles de baño, refrescos, licores y cervezas, incluso de agua embotellada. Coca Cola ya aparecía en la publicidad, y la farmacéutica alemana Bayer se divulgaba a través de sus medicamentos como aspirinas.⁴³

⁴³ *Almanaque Dulce* (1944): 2, 4, 6, 9, 14, 15, 16, 23, 25, 27, 55, 65, 82, 86, 90 y 94.

El caso de Bayer ilustra el escenario económico y político que se estaba viviendo por la Segunda Guerra Mundial y cómo impactó el desarrollo de la publicidad en México. El gobierno estadounidense intentó boicotear las marcas alemanas y su participación comercial en América Latina, como parte de su política internacional de “Buena vecindad” emprendida durante el gobierno de Franklin Roosevelt (1933-1945).

De acuerdo con Julio Moreno, Lázaro Cárdenas, aun estando en el poder, “coqueteó con Alemania [como] una estrategia publicitaria para ganar influencia en las negociaciones con Estados Unidos. El esquema de Cárdenas fue efectivo”.⁴⁴ Después del conflicto entre Estados Unidos y México por la nacionalización del petróleo, el gobierno del país vecino tuvo que suavizar su política comercial hacia México para que éste y los países latinoamericanos no tejieran alianzas con Alemania.

⁴⁴ Julio Moreno, *Yankee Don't Go Home. Mexican Nationalism, American Business Culture and the Shaping of Modern Mexico, 1920-1950* (The University of North Carolina Press-Chapel Hill, 2003), 55.

En 1942, después de que México declarara su ingreso a la guerra como parte de los Aliados, Manuel Ávila Camacho, en un ejercicio de cooperación comercial, confiscó varias empresas alemanas, entre ellas, Bayer Company. Para 1943 los activos de Bayer habían pasado a manos del Banco Nacional de México y después a Nacional Financiera, y sus gestiones comerciales quedaron en el gobierno mexicano hasta 1955, cuando Bayer fue devuelta

a sus propietarios comerciales.⁴⁵ La UNPASA tenía su sede en el edificio del Banco de México cuando Bayer fue confiscada.

45 Moreno, *Yankee*, 53-58.

Al comparar la publicidad de Bayer en el *Almanaque Dulce* de 1941 con la de 1944 se nota el gran cambio en los anuncios. Mientras que en 1941 Bayer ocupaba toda una página con dibujos, textos y letras de distintos tamaños, en 1944 sus comerciales estaban en media página, de forma escueta y sin dibujos. Lo que permaneció en ambos fue el logo de la marca Bayer. Quizá eso responda a que, desde 1939, Alemania compraba publicidad para sus marcas en México:

Funcionarios alemanes designaron a Arthur Dietrich como agregado de prensa encargado de una tarea específica: influir en la opinión pública mexicana a favor de Alemania. Recibía más de 100 000 pesos mensuales de empresas alemanas en México, incluidas las contribuciones de la Compañía Bayer. [Dietrich] [p]agó a los editores de *El Timón* y *Hoy!* para promover los intereses alemanes, y su influencia aparentemente llegó a los principales periódicos como *Excelsior*, *El Universal* y *Novedades*.⁴⁶

46 Moreno, *Yankee*, 55.

Esa publicidad también estaba en el *Almanaque Dulce*. En la edición de 1956, un año después de que Bayer fue devuelta, ya no hubo comerciales de la farmacéutica alemana. De acuerdo con Moreno, esto puede observarse a través de la publicidad. Los comerciales no estaban puestos al azar. Es necesario entender cómo y el porqué de su contexto textual, que responde casi directamente a un contexto económico y político. Lo mismo sucede con las recetas de estas publicaciones, como en el caso de las conservas: el *Almanaque* ya no promovía hacerlas en casa, sino que insertaba comerciales de marcas como Clemente Jacques. El alto contenido publicitario de las ediciones de 1941 a 1944 cambió sustancialmente y se mantuvo hasta la década de 1950.

Economía doméstica para "la moderna ama de casa"

En 1951, Anita Anaya escribió la introducción del *Almanaque Dulce*. En esa ocasión su preocupación giraba en torno a la educación de las hijas en casa.

Anaya hizo especial énfasis en las pocas horas curriculares (cuatro a la semana) que la educación pública destinaba a este tipo de conocimientos. Anaya observó una crisis en la educación doméstica de las jóvenes y advirtió:

47 *Almanaque Dulce* (México: Unión Nacional de Productores de Azúcar, s. A. de C. v., 1951): 6.

El abandono de esas enseñanzas es un error muy grave, si se tiene en cuenta que de la alegre parvada de muchachas que cada principio de curso vemos entrar a las escuelas superiores, ataviadas con el uniforme nuevo y con los libros bajo el brazo, el 85 % está destinado a formar futuras madres de familia.⁴⁷

La introducción de Anaya es particularmente relevante por dos cuestiones: primero, es una mujer que se dirige a las lectoras del *Almanaque Dulce*. Antes de esto sólo lo hacían los redactores de la UNPASA. Se sabe que en 1950 ella también escribió la introducción, pero, antes de esa fecha, se desconoce cuándo comenzó a escribir para el *Almanaque*. En segundo lugar, Anaya muestra una preocupación porque las jóvenes han dejado de recibir horas de estudio de lo que ella denomina la “ciencia doméstica”. A pesar de esto, muestra una empatía con las mujeres que trabajan fuera de su hogar. Al respecto dice: “Piense usted en la conciencia de que su hija, ya sea médica, abogada, contadora o dentista, esté provista de los conocimientos que imparte la moderna Ciencia Doméstica”.⁴⁸

48 *Almanaque Dulce* (1951): 6.

Para Anaya era común que una mujer desarrollara una carrera profesional, pero sin descuidar el hogar. Se seguía fomentando lo que Dawn Keremetsis denominó como “la doble jornada”,⁴⁹ pero ya no en el hogar, sino fuera de éste. En este caso, las mujeres trabajaban fuera de casa, pero no debían descuidar su hogar y a su familia. Ese era el nuevo discurso en la economía doméstica. Para Anaya, los nuevos aparatos permitirían cumplir con sus labores en casa:

49 Dawn Keremetsis, “La doble jornada de la mujer en Guadalupe”, *Encuentro* 1, núm. 4 (1984).

Hablando de cocina, hemos de recordar que la técnica de ésta también se ha transformado. Tenemos la bendición de modernas estufas de gas, electricidad y petróleo; batidoras, licuadoras, molinos, refrigeradores. Nuestras mujeres tienen derecho a demandar que se les facilite su diaria tarea en la preparación de las comidas, así como la familia tiene derecho a pedir al Ama de Casa, que se preocupe porque esas comidas sean a la vez sanas, nutritivas, económicas.⁵⁰

50 *Almanaque Dulce* (1951): 9.

De ese modo, nutrición y modernidad se combinaron con los valores tradicionales de las mujeres en casa y con la empatía que existió de la mujer que laboraba fuera del hogar. No se percibía como algo antagónico. El problema radicaba en que las mujeres no se ocuparan de su familia y no tuvieran los conocimientos domésticos que, en antaño, proporcionaba la madre de familia y la instrucción pública.

El *Almanaque Dulce*: una ventana a la cocina de América Latina

Si bien las recetas que el *Almanaque* recolectó eran de postres o alimentos dulces, hay una gran variedad de éstos que reflejan no sólo el horizonte nacional sino también el latinoamericano.

En las décadas de 1930 y 1940 se observan algunas de las preparaciones nacionales en secciones como “Helados”, “Nieves”, “Frutas Heladas”, “Mermeladas”, “Ates”, “Dulces”, “Buñuelos”, “Cajetas”, “Cremas”, “Compotas”, “Jaleas”, “Mazapanes”, “Merengues”, “Budines”, “Flanes”, “Muéganos”, “Postres”, “Tamales”, “Gelatinas”.⁵¹

En el *Almanaque* de 1939 las recetas fueron divididas por país de origen (como Francia o Inglaterra); también se agregó una sección de recetas sudamericanas como los alfajores (Argentina), arroz con leche al estilo de Colombia y de Perú, respectivamente, caspiroleta (Colombia), soclos (Chile), maicillos (Perú), natilla de fresas (Cuba), entre otros.⁵²

Quizás en un ejercicio de política de “buena vecindad” auspiciada por Estados Unidos, la cocina latinoamericana fue tomada en cuenta en ese año como parte de la cocina internacional que la UNPASA dio a conocer. La relación entre México y los países de Latinoamérica no era nueva. Desde el siglo XIX, Dolores Correa Zapata dio a conocer recetas y consejos de economía doméstica a través de su libro *La mujer en el hogar*. Éste fue recibido en Buenos Aires y Santiago de Chile.⁵³

En esos países ya había una comunidad de mujeres que se dedicaba a dar clases de cocina y maestras que enseñaron economía doméstica. En los años treinta, en Argentina, doña Petrona estaba haciendo lo propio para

⁵¹ *Almanaque Dulce* (México: Unión Nacional de Productores de Azúcar, s. A. de C. V., 1937).

⁵² *Almanaque Dulce* (México: Unión Nacional de Productores de Azúcar, s. A. de C. V., 1939): 70-71.

⁵³ Correa Zapata, *La mujer en el hogar* (1919), 16-21.

- 54 Paula Caldo, “En la radio, en el libro y en la televisión, Petrona enseña a cocinar. La transmisión del saber culinario”, *Educacao Unisinos* 20, núm. 3 (2016), <https://doi.org/10.4013/edu.2016.203.05>; “Las cocineras de la Capital. Lectoras, amas de casa, ecónomas, consumidoras y saberes femeninos: una experiencia rosarina (1930-1945)”, *Revista Sociedad y Economía* 24 (2013), <https://doi.org/10.25100/sye.v0i55.14358>; Un cachito de cocinera. *Mujeres, libros y recetas de cocina en la Argentina de fines del siglo xix y principios xx* (Rosario: Casa-grande, 2017); Rebekah E. Pite, *Creating a Common Table in Twentieth-Century Argentina* (University of North Carolina Press, 2013); Mara Elizabete Sinka-Volsa, “Cocineras de posguerra. Doña Petrona y Josefina Velázquez de León: recetas para la sociedad de masas en Argentina y México”, Saint Louis de Senegal, Universidad de Berger, 2021 (tesis de Maestría en Estudios Latinoamericanos).
- 55 Sinka-Volsa, “Cocineras de posguerra”.
- 56 Geraldine Mesa Ventura, “Institucionalización de la economía doméstica en la educación femenina desde la Colonia hasta la década del 70 del siglo xx”, Ciudad de México: Universidad Pedagógica Nacional, 2019 (tesis de licenciatura en Ciencias Sociales).
- 57 Carolina Clavero, “Ana Armand Ugon y la formación del sujeto ‘niñas’ en las Escuelas del Hogar”, *Humanidades. Revista*

dar a conocer recetas prácticas a las amas de casa de su país; el éxito de ella fue abismal.⁵⁴ Doña Petrona fue una de las mujeres más importantes en el escenario culinario argentino. A modo de broma, se ha dicho que después de la biblia, el libro más vendido en Argentina son los recetarios de ella. El parangón de esta mujer en México es Josefina Velázquez de León. De hecho, se han realizado estudios comparando el trabajo de ambas mujeres.⁵⁵

En Colombia, la institucionalización de la economía doméstica fomentó los ideales del *deber ser* de las mujeres bajo procedimientos de higiene, limpieza, crianza y cocina.⁵⁶ En Uruguay está el caso de la maestra de economía doméstica Ana M. Armad Ugon (1882-1987), quien publicó libros sobre economía doméstica durante la década de 1930.⁵⁷

El pensamiento de Irene Silva de Santolalla (1902-1992),⁵⁸ fundadora de las escuelas de Educación Familiar y la primera mujer senadora de Perú entre 1956 y 1962, quedó plasmado en el *Almanaque Dulce* de 1944. Bajo unas líneas que se titulan “la mujer que se estima”, Silva de Santolalla enumeró en diez puntos varios consejos para las mujeres. En resumen, fomentaba el compañerismo y la sororidad, así como evitar los chismes: “Ese tiempo que se malgasta en llevar y traer noticias tontas o en alimentar sospechas que le hacen sufrir, inviértalo en pensar o leer obras buenas para cultivar su criterio”.⁵⁹ Irene Silva incentivó la lectura y la reflexión en las lectoras del *Almanaque*.

Irene Silva, en una lógica similar a la de Dolores Correa Zapata, Laura Méndez de Cuenca (1853-1918), Ellen Richards (1842-1911) y, posteriormente, Ana María Hernández, aconsejaba a las mujeres instruirse en otras actividades, no sólo domésticas sino intelectuales. Estas maestras utilizaron espacios escritos como los recetarios de cocina y libros de economía doméstica para llegar a más mujeres e invitarlas a educarse, instruirse, leer y reflexionar para que, desde su género, trabajaran en comunidad y en pro del bienestar de las familias. Ellen Richards, la primera mujer que estudió en el MIT llamó a esto “la importancia social del movimiento de economía doméstica”, que consistía en enseñar cursos de economía doméstica, nutrición y cocina para combatir el alcoholismo entre las clases bajas,⁶⁰ durante la década de 1870 en Estados Unidos.

Las enseñanzas de Richards iban más allá, ya que ella vio en la economía doméstica la posibilidad de que las mujeres se instruyeran en otro tipo de ciencias que antes estaban prohibidas en la currícula femenina. Así, a través de conocimientos considerados propios de su sexo, disfrazó su intención de promover el estudio, la lectura y las ciencias entre las jóvenes. Esto mismo se observa en *La mujer en el hogar* de Dolores Correa Zapata. Ambas mujeres creían que la economía doméstica promovía la regeneración de las familias y la sociedad, eliminando vicios como la pereza, el alcoholismo y la mala alimentación, y a la vez fomentaban conocimientos científicos en las mujeres, alumnas y lectoras para que se desarrollaran intelectualmente.

En ese sentido, cabe reflexionar cuál era en realidad el objetivo principal en los recetarios de cocina escritos por mujeres: ¿publicar recetas o fomentar espacios intelectuales entre, por y para mujeres? Quizás ambos. Esa es la diferencia entre los escritos de hombres y chefs a sus lectoras. Cuando las mujeres tomaron la batuta en la escritura doméstica, promovieron un tipo de ama de casa doméstica, pero también intelectual en un ejercicio de compartir saberes femeninos.

Conclusiones

A pesar de que el *Almanaque Dulce* tenía como objetivo principal la preparación de alimentos, la pluralidad de temas que tocó esta publicación fue más allá de los límites de las prácticas culinarias. Para la UNPASA, los nutrientes que supuestamente contenía el azúcar se confundían con la energía que este endulzante proporcionaba al organismo. Promocionó, con consecuencias considerables, el consumo excesivo de este endulzante. En ese sentido, resulta relevante analizar cómo y porqué la UNPASA, en su afán de popularizar el azúcar, puso en el centro a la niñez. El lugar que ocuparon los niños en las familias fue protagónico. La preparación de pasteles en los cumpleaños, la posibilidad de que comieran postres después de cada alimento y las sugerencias para el cuidado de los infantes significaron un cambio en historia de la crianza de los hijos e hijas. Visibilizaron a la niñez.

de la Universidad de Montevideo, núm. 4 (2018), <https://doi.org/10.25185/4.7>.

- 58 Congreso de la República, *Mujer y política. Las primeras congresistas peruanas* (Lima, Perú: Museo del Congreso y de la República, 2019), 40-43.
- 59 *Almanaque Dulce* (1944): 14-15.
- 60 Sarah Stage, "Ellen Richards and the Social Significance of the Home Economics Movement", en *Rethinking Home Economics: Women and the History of a Profession*, editado por Sarah Stage y Virginia B. Vicenti (Ithaca: Cornell University Press, 1997).

Desde este contexto es importante señalar que en la etapa de la infancia requiere de un cuidado especial en la salud y la nutrición, con el propósito de que el niño y la niña puedan crecer apropiadamente de acuerdo con la edad, el peso y la estatura, además de un adecuado desarrollo psicomotor. Sin embargo, el *Almanaque Dulce* generó la idea de que los infantes debían consumir azúcar para un adecuado crecimiento y que el cuidado nutricional giró en torno a la madre. Claro ejemplo de ello son las imágenes ilustrativas que plasmaban a los infantes felices junto a su madre.

Asimismo, en los distintos recetarios del *Almanaque Dulce* se visualizó cómo las mujeres tenían un papel importante en la preparación de los alimentos, creando así estereotipos en torno a los roles definidos por los hombres y las mujeres en la alimentación. A las mujeres se les relacionó como las principales pioneras de la organización o administración de los alimentos, lo cual favorecería la nutrición de los integrantes del hogar. En cambio, a los hombres se les vinculó como los proveedores del hogar creando el mensaje de que deberían de adquirir el mejor aporte nutricional para llevar a cabo los trabajos que implicaban mayor desgaste físico, mediante el consumo excesivo de azúcar.

Por otro lado, la publicación respondió a contextos económicos que buscaron promover el consumo de azúcar a través de diversas preparaciones como las conservas. Las recetas sobre estas preparaciones eran abundantes y sólo disminuyeron cuando la publicidad de Clemente Jacques comenzó a ser considerada en la publicación. La rotación de anuncios comerciales son un ejemplo de cómo la publicidad jugó un papel importante que respondía también a intereses comerciales y políticos. Nada estaba puesto al azar.

El *Almanaque* fue un recurso que promovió la administración del hogar, la alimentación de la familia, el nacionalismo mexicano, el apoyo de las familias mexicanas a la economía del país, pero que en otro sentido, albergó entre sus páginas pensamientos de mujeres que buscaban impulsar a sus congéneres a desarrollarse intelectualmente bajo lo que se consideraba *economía doméstica*.